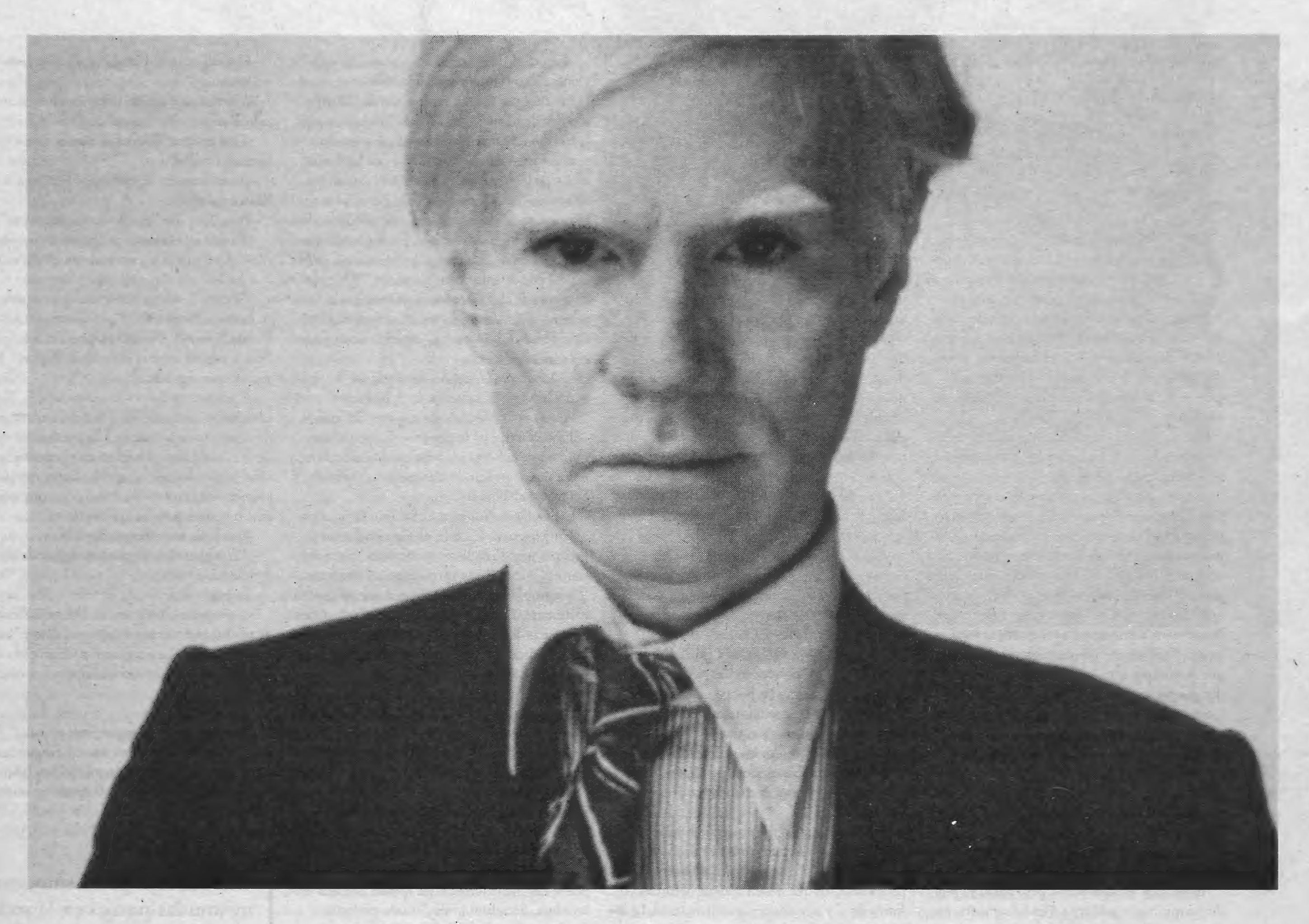


Warhol

El arte de Warhol se basa en la reacción. A partir de él, los límites entre producto, producción y reproducción, imagen, copia y objeto se vuelven difusos. Los objetos y los hechos adquieren importancia dependiendo de cómo se manifiestan, se presentan o se transmiten. El medio es el mensaje.

En 1968 publicó una novela, (*a, a novel by Andy Warhol*), que consistía en las conversaciones telefónicas, grabadas durante días, de la gente que entraba y salía de su Factory en Nueva York.

Para Warhol todo lo que es cotidiano, todo lo que es banal, supone un verdadero reto para el arte. Pero su idea no es convertir al arte en algo trivial o vulgar, sino trivializar y vulgarizar al arte. Es decir, incorporando al arte los productos fabricados en serie, por ejemplo, lo que produce es un arte que es a la vez un producto de masas. El arte culto desciende a los tugurios cotidianos, y los fenómenos de la subcultura adquieren una súbita dignidad que les permite "ser presentados en sociedad". En palabras de Marcel Duchamp, si alguien toma cincuenta latas de sopa Campbell y las lleva a la tela, no interesa tanto el punto de vista óptico: lo que interesa es el concepto que pretende llevar a la tela cincuenta latas de sopa Campbell.

Hijo de inmigrantes checo, nació en 1930 en Pittsburgh, Pennsylvania. En 1949 se trasladó a Nueva York. Trabajó para las revistas *Vogue* y *Harper's Bazaar*, decoró vidrieras y realizó sus primeros trabajos publicitarios para una empresa de calzado. De 1962 datan sus serigrafías sobre tela de billetes de dólar. En 1963 hizo varios films: *Sleep* (de 6 horas de duración, donde sólo puede verse a un hombre durmiendo), *Empire* (8 horas, una minuciosa e interminable visión exterior del famoso Empire State de Nueva York) y *Mario Montes come bananas* (3 minutos, lo que Mario Montes tarda en comerse una banana).

En su papel como artista se sentía en una actitud pasiva, como si se moviera al mismo nivel que aquello que observaba. Sus entrevistas están plagadas de frases como "Todo es aburrido", "Todo influye en todo", "Todo es hermoso", y otras tan igualmente banales como el mundo, que él consideraba un tópico lleno de repeticiones. Cuando en 1963 el periodista G. R. Swenson, de *Arts News*, le preguntó por qué había empezado a pintar aquellas famosas latas de sopa Campbell recibió de él una respuesta típica, porque arrojaba sobre el asunto tanta luz como la emitida por una vela: "Porque yo comía esa sopa, la he tomado todos los días, durante veinte años, creo, siempre lo mismo".

El poder de la ropa interior

WARHOL VA DE COMPRAS. PERO NO QUIERE COMPRAR CUALQUIER COSA. QUIERE CALZONCILLOS. TAMPOCO CUALQUIER CALZONCILLO. SI HAY GENTE RARA ES AQUELLA QUE ENVÍA A UN TERCERO A COMPRAR SU ROPA INTERIOR. TAMBIÉN HAY GENTE QUE NO COMPRA NUNCA ROPA INTERIOR. PERO ESO YA ENTRA DENTRO DE LO INEXPLICABLE.

Comprar es mucho más americano que pensar, y yo soy el colmo de lo americano. En Europa y en Oriente a la gente le gusta comerciar (comprar y vender, vender y comprar), básicamente son mercaderes. Los americanos no tienen tanto interés en vender (de hecho, prefieren tirar a vender). Lo que realmente les gusta es comprar (gente, dinero, países).

El sábado es el gran día de las compras (o de "ir de tiendas") en América y lo espero tanto como cualquier hijo de vecino.

Lo que más me gusta comprar es la ropa interior. Creo que comprar ropa interior es lo más personal que pueda hacerse, y si observas a una persona comprar ropa interior llegas realmente a conocerla. Me refiero a que prefiero mirar a una persona comprar ropa interior que leer un libro que haya escrito. Creo que la gente más rara es la que envía a un tercero a comprarle la ropa interior. También me pregunto acerca de la gente que *no* compra ropa interior. Puedo comprender que no la usen, pero ¿no comprarla?

Sea como sea, un sábado por la mañana llamé a un B que me conoce bastante bien y le pregunté si le gustaría ir conmigo a comprar ropa interior en Macy's.

–¿Macy's? –farfulló. Supongo que lo desperté, pero pensé en el tiempo que se perdía–. ¿Por qué Macy's?

–Porque es donde compro mi ropa interior –le dije.

Antes iba a Woolsworth's, pero ahora ya puedo permitirme ir a Macy's. Periódicamente, me detengo en Brooks Brothers para contemplar sus anticuados shorts de boxeador, pero no puedo dejar de usar los "Jockeys".

–No me importaría comprar algo de ropa interior –dijo B–, pero yo la compro en Bloomingdale's. Tienen puro algodón. Algodón Pima.

B es así. Encuentra algo que le gusta, algodón Pima por ejemplo, y actúa como si lo hubiera descubierto. Se vuelve adicto a la prenda. Tiene un gusto extremadamente definido. Lo cual creo que está mal porque limita su poder adquisitivo.

–No, vayamos a Macy's.

–Sacks es agradable –susurró.

–Macy's –insistí–. Te paso a buscar dentro de una hora.

Necesito casi una hora para juntar todos mis yos, pero cuando concierto una cita siempre olvido las interrupciones telefónicas de modo que siempre llego un poco tarde y aún no del todo de una pieza. B me esperaba en la esquina.

–Llevas quince minutos de atraso –dijo subiendo al taxi.

–Herald Square –dije al taxista.

–Será un infierno el sábado –dijo B.

–Estaba al teléfono –dije yo–. Me llamó Paul Morrisey. Llamó Ingrid Superstar. Llamó Jackie Curtis. Llamó Franco Rossellini.

Le pregunté a B si de una vez por todas iba a comprar ropa interior y me dijo que no, que en Macy's no, porque únicamente le gustaba el algodón Pima de Bloomingdales y la marca propia de Sacks de la Quinta Avenida. Este B es realmente tozudo como una mula.

Lo que realmente siempre habría deseado es haber inventado ropa interior de papel, incluso sabiendo que la idea no llegó a cuajar cuando se lanzó la. Sigo pensando que es una buena idea, y no sé por qué se resiste la gente cuando ha aceptado las servilletas de papel y los platos de papel y las cortinas de papel y las toallas de papel: tendría mucho más sentido no tener que lavar la ropa interior que no tener que lavar toallas. B dijo que podría llegar a considerar la compra de dos pares de medias porque "las medias siempre desaparecen". Por supuesto, no los lava él, los envía a una tintorería francesa muy elegante en el East Ride y aun así cuando los devuelven falta una. Realmente es una norma: la devolución reducida de medias.

La razón por la que odio la ropa interior normal –y las medias también– es la de que si envías veinte pares de calzoncillos y veinte pares de medias a la lavandería, siempre te devuelven diecinueve. Hasta cuando me los lavo yo mismo, me quedan sólo diecinueve. Como más lo pienso, menos puedo creer que siga disminuyendo el número. Es increíble. ¡LOS LAVO YO MISMO Y SOLO ME QUEDAN DIECINUEVE!

Me las lavo yo mismo, me las pongo yo y me las quito y yo mismo las pongo en la secadora, y luego repaso toda la secadora pasando la mano por todos los agujeros y entrantes en busca de la media perdida y ¡nunca la encuentro! Me subo y bajo las escaleras buscándola, pensando que se ha caído, pero ¡nunca la encuentro! Es como una ley física...

Le dije a B que también necesitaba unos calcetines y al menos treinta pares de calzoncillos "Jockey". Sugirió que cambiara a los slips de tipo italiano, los que tienen la parte delantera en forma de T y que tienden a aumentártela. Le dije que los había probado una vez en Roma cuando caminé por una película de Liz Taylor, y que no me habían gustado porque me hacían sentirme demasiado consciente de mí mismo. Me dio la misma sensación que deben tener las chicas cuando llevan sostenes en forma de cesta.

De repente, B dijo:

–Ahí está tu primera Superstar.

–¿Quién? ¿Ingrid?

–El Empire State Building.

Acabábamos de girar en la calle 34. Se rió de su propio chiste mientras yo buscaba dentro de mi bota un par de billetes de un dólar para pagar el taxi.

En Herald Square la gente se arremolinaba para entrar en Macy's y provenía de todos los rincones del mundo. Al menos tenían el aspecto de venir de todos los rincones del mundo. Sin embargo eran todos americanos y aunque tuvieran muy distintos colores de piel, todos llevaban el comprar en la sangre y en la mente y en los ojos. La gente parecía muy decidida al entrar en un gran almacén. B, naturalmente, entró haciendo ascos y se encaminó directamente hacia la sección de caballeros.

Empecé a sentirme molesto. No voy con frecuencia a Macy's y quería tomarme mi tiempo para comprar.

Quería comprobar en las etiquetas colgadas de las bolsas de plástico si los precios habían subido mucho desde la última vez. Oigo hablar tantas veces de "inflación" que quería comprobar por mí mismo si era cierto.

Estaba abarrotado de gente, sobre todo para un sábado de verano.

–¿Esta gente no tendría que estar de vacaciones? –pregunté.

–Esta clase de gente no se va nunca de vacaciones –dijo B muy presumido, creo.

Pasamos por la gran promoción de "Charlie", y por la de las famosas corbatas "Maker", y por la sección de caramelos (lo cual me costó un gran esfuerzo de voluntad). Pasé por los Caramelos de Cereza y Frambuesa "Mix-Max", los de regaliz "All-Kinds", los "Jelly Beans", los "Rock Candy", por los pasteles de chocolate, los "TV Munch", los *Petitsfours*, por los bombones "Mon Cherry", "Lollipops" y "Nonpareil", hasta pasé por delante de los bocaditos "Whitman". El aroma de chocolate me estaba volviendo loco, pero no dije ni una palabra. Ni suspiré ni gemí. Sólo pensé en mis granos y en mi vesícula y seguí caminando.

–¿Dónde *está* la sección de caballeros, B? –pregunté por fin. Entrábamos en la de Puros.

–Estos son los almacenes mayores del mundo –dijo B como si yo lo supiera–. Tenemos que caminar de la Sexta a la Séptima Avenida. Pero nos estamos acercando. Allí están las Gafas de Sol para Caballeros.

Las Gafas de Sol para Caballeros conducían a Pañuelos para Caballeros que conducían a Pijamas para Caballeros y entonces –¡sólo entonces!– venía Ropa Interior para Caballeros. Rápidamente encontré la marca que uso normalmente, "Jockey Classic Briefs". Daban tres por cinco dólares, lo cual no me pareció nada inflacionista. Leí la etiqueta colgada de la bolsa de plástico en que venían, sólo para cerciorarme de que no habían cambiado sus famosas "Características de comodidad: Hechura Exclusiva para Sostener y Apoyar las Necesidades de un Hombre; El Arco de las Ingles Diseñadas para su Mayor Confort; Pretina de Apoyo Suave y Ajustada Resistente al Calor; 'V' más Fuerte y Duradera sin Aberturas Molestas entre las Piernas; Goma Suave únicamente en cada Muslo; Algodón 100% Sumamente Absorbente". De momento está bien, pensé. Comprobé las "Instrucciones de lavado". "Lavar en lavadora. Secado Rápido." Todo perfecto, igual que siempre. Odio cuando encuentran un producto que te gusta y que satisface una especial necesidad tuya y lo cambian. Lo "mejoran". Odio cualquier cosa "nueva, mejorada". Creo que deberían fabricar un producto totalmente nuevo y dejar en paz el anterior. Así, habría dos productos para elegir en vez de medio producto antiguo. Al menos los "Jockey Classic Briefs" seguían siendo clásicos, pero antes de comprometerme decidí pedirle a la dependienta que me enseñara qué más había disponible en el mercado de la ropa interior. La dependienta era agradablemente gordita en su pulcro conjunto de falda y blusa azul marino y con un pañuelo rojo y blanco atado al acolchado cuello. Tenía una bonita sonrisa y gafas con brillantes de strass en la montura. Parecía del tipo con el que puedes sentirte cómodo hablando de ropa interior.

–¿Tienen "BVD"? –pregunté.

Se subió un poco las gafas encima de la nariz, justo hasta el entrecejo y dijo:

–No, no tenemos "BVD".

–¿Macy fabrica prendas con su propia marca como Sacks? –se entremetió B. ¿A quién trataba de impresionar? ¿A la dependienta?

–Por supuesto. Aquí mismo tenemos el "Supremacy" de Macy's. –Levantó un paquete para enseñármelo–. Dos por cinco dólares.

–¡Dos por cinco dólares! Estos son tres por cinco dólares –exclamé. Tenía unos "Jockeys" en la mano.

–Bueno, "Supremacy" es superior. Se ajusta mejor. También tenemos los "Kenton" de Macy's. Son tres por cuatro dólares cincuenta.

Me pasó un paquete de "Kenton".

–Esto también es puro algodón –dije.

–Hay diferentes *calidades* de algodón, sabe –dijo ella.

Yo estaba confundido. Miré con mayor atención el paquete de "Supremacy".

–¿Qué es esto: "Paneles interiores suizos"? ¿Lo hace esto mejor?

–Sí –contestó la dependienta– y mejora la calidad del algodón.

–Pero, ¿qué son "paneles interiores suizos"?

–¡Yo qué sé! Hace que se ajusten mejor –dijo ella–. ¿Qué marca usa normalmente? ¿"BVD"?

–"Jockey".

–¡"Jockey"! –Ahora había una nota de triunfo en su voz–. "Supremacy" tiene un corte más largo que "Jockey". Tiene la bragueta más larga. Pero si a usted le gusta el corte de "Jockey", le sugiero que siga usándolo.

–¿Cuántos me llevo? –le murmuré a B. No tenía sentido que le pidiera a la dependienta que me enseñara otras marcas. Ella me decidió cuando se decidió ella–. Necesito unos veintiocho.

–No puedes llevarte veintiocho si hay tres por paquete –me explicó B–. Puedes comprar veintisiete o treinta, pero no veintiocho.

–Pues bien, entonces me llevo quince.

–¿Lo paga o tiene cuenta? –preguntó la dependienta.

–Lo pago –dije.

No me gusta tener cuentas. Uno sólo siente de verdad que compra si paga con dinero. La dependienta se fue a registrar la venta. Otra vendedora que se le parecía mucho se nos acercó y preguntó:

–¿Están juntos?

–¿Estamos juntos? –le pregunté yo a B.

–Sí –dijo B, un poco molesto. La segunda dependienta se alejó–. Mira estos "Jockey Thoroughbred Nylon Briefs"–, B señaló un estante adyacente.

–¿Son mejores?

> "Me las lavo yo mismo, me las
> mismo las pongo en la secador
> secadora pasando la mano por
> en busca de la media perdida y
> Me subo y bajo las escaleras bu
> caído, pero ¡nunca la encuentr

–Puedes llevarlos como traje de baño –dijo B.

La dependienta volvió con mi cambio.

–Aquí tenemos uno –dijo ella– que se puede llevar como traje de baño. Permítame que se lo enseñe.

La seguimos por un pasillo estrecho con pilas de calzoncillos a los dos lados, más de los que yo sabía que pudieran existir. Aquí tiene –dijo ella y le pasó a B un paquete de calzoncillos bikini tipo "Pucci".

–¿Son "Jockey"? –pregunté.

–"Jockey Life".

–¿Los hay en otros colores?

–Los hay en un estampado llamado "Balloons" –dijo ella pasándome un paquete de bikinis "Jockey Life" en azul y verde.

–¿No hay en blanco?

–No, pero aquí tenemos estos otros de "Jockey". "Jockey Skins". Los hay en blanco, pero no son tan pequeños.

Examiné el paquete, tratando de imaginarme con "Jockey Skins" en lugar de con "Jockey Classic Briefs". Pero no pude, de modo que le devolví el paquete y le agradecí su ayuda.

Mientras caminábamos por un extremo de la sección de Ropa Interior para Caballeros, me di cuenta de que B y yo éramos los únicos hombres en toda la sección. Y no estaba vacía. Había mujeres por todas partes. De entrada me preguntó si ahora las mujeres compraban ropa interior pa-

POR ANDY WARHOL

El poder de la ropa interior

WARHOL VA DE COMPRAS. PERO NO QUIERE COMPRAR CUALQUIER COSA. QUIERE CALZONCILLOS. TAMPOCO CUALQUIER CALZONCILLO. SI HAY GENTE RARA ES AQUELLA QUE ENVÍA A UN TERCERO A COMPRAR SU ROPA INTERIOR. TAMBIÉN HAY GENTE QUE NO COMPRA NUNCA ROPA INTERIOR. PERO ESO YA ENTRA DENTRO DE LO INEXPLICABLE.

Comprar es mucho más americano que pensar, y yo soy el colmo de lo americano. En Europa y en Oriente a la gente le gusta comerciar (comprar y vender, vender y comprar), básicamente son mercaderes. Los americanos no tienen tanto interés en vender (de hecho, prefieren tirar a vender). Lo que realmente les gusta es comprar (gente, dinero, países).

El sábado es el gran día de las compras (o de "ir de tiendas") en América y lo espero tanto como cualquier hijo de vecino.

Lo que más me gusta comprar es la ropa interior. Creo que comprar ropa interior es lo más personal que pueda hacerse, y si observas a una persona comprar ropa interior llegas realmente a conocerla. Me refiero a que prefiero mirar a una persona comprar ropa interior que leer un libro que haya escrito. Creo que la gente más rara es la que envía a un tercero a comprarle la ropa interior. También me pregunto acerca de la gente que *no* compra ropa interior. Puedo comprender que no la usen, pero ¿no comprarla?

Sea como sea, un sábado por la mañana llamé a un B que me conoce bastante bien y le pregunté si le gustaría ir conmigo a comprar ropa interior en Macy's.

–¿Macy's? –farfulló. Supongo que lo desperté, pero pensé en el tiempo que se perdía–. ¿Por qué Macy's?

–Porque es donde compro mi ropa interior –le dije.

Antes iba a Woolsworth's, pero ahora ya puedo permitirme ir a Macy's. Periódicamente, me detengo en Brooks Brothers para contemplar sus anticuados shorts de boxeador, pero no puedo dejar de usar los "Jockeys".

–No me importaría comprar algo de ropa interior –dijo B–, pero yo la compro en Bloomingdale's. Tienen puro algodón. Algodón Pima.

B es así. Encuentra algo que le gusta, algodón Pima por ejemplo, y actúa como si lo hubiera descubierto. Se vuelve adicto a la prenda. Tiene un gusto extremadamente definido. Lo cual creo que está mal porque limita su poder adquisitivo.

–No, vayamos a Macy's.

–Sacks es agradable –susurró.

–Macy's –insistí–. Te paso a buscar dentro de una hora.

Necesito casi una hora para juntar todos mis yos, pero cuando concierto una cita siempre olvido las interrupciones telefónicas de modo que siempre llego un poco tarde y aún no del todo de una pieza. B me esperaba en la esquina.

–Llevas quince minutos de atraso –dijo subiendo al taxi.

–Herald Square –dije al taxista.

–Será un infierno el sábado –dijo B.

–Estaba al teléfono –dije yo–. Me llamó Paul Morrisey. Llamó Ingrid Superstar. Llamó Jackie Curtis. Llamó Franco Rossellini.

Le pregunté a B si de una vez por todas iba a comprar ropa interior y me dijo que no, que en Macy's no, porque únicamente le gustaba el algodón Pima de Bloomingdales y la marca propia de Sacks de la Quinta Avenida. Este B es realmente tozudo como una mula.

Lo que realmente siempre habría deseado es haber inventado ropa interior de papel, incluso sabiendo que la idea no llegó a cuajar cuando se lanzó la. Sigo pensando que es una buena idea, y no sé por qué se resiste la gente cuando ha aceptado las servilletas de papel y los platos de papel y las cortinas de papel y las toallas de papel: tendría mucho más sentido no tener que lavar la ropa interior que no tener que lavar toallas. B dijo que podría llegar a considerar la compra de dos pares de medias porque "las medias siempre desaparecen". Por supuesto, no los lava él, los envía a una tintorería francesa muy elegante en el East Ride y aun así cuando los devuelven falta una. Realmente es una norma: la devolución reducida de medias.

La razón por la que odio la ropa interior normal –y las medias también– es la de que si envías veinte pares de calzoncillos y veinte pares de medias a la lavandería, siempre te devuelven diecinueve. Hasta cuando me los lavo yo mismo, me quedan sólo diecinueve. Como más lo pienso, menos puedo creer que siga disminuyendo el número. Es increíble. ¡LOS LAVO YO MISMO Y SOLO ME QUEDAN DIECINUEVE!

Me las lavo yo mismo, me las pongo yo y me las quito y yo mismo las pongo en la secadora, y luego repaso toda la secadora pasando la mano por todos los agujeros y entrantes en busca de la media perdida y ¡nunca la encuentro! Me subo y bajo las escaleras buscándola, pensando que se ha caído, pero ¡nunca la encuentro! Es como una ley física...

Le dije a B que también necesitaba unos calcetines y al menos treinta pares de calzoncillos "Jockey". Sugirió que cambiara a los slips de tipo italiano, los que tienen la parte delantera en forma de T y que tienden a aumentártela. Le dije que los había probado una vez en Roma cuando caminé por una película de Liz Taylor, y que no me habían gustado porque me hacían sentirme demasiado consciente de mí mismo. Me dio la misma sensación que deben tener las chicas cuando llevan sostenes en forma de cesta.

De repente, B dijo:

–Ahí está tu primera Superstar.

–¿Quién? ¿Ingrid?

–El Empire State Building.

Acabábamos de girar en la calle 34. Se rió de su propio chiste mientras yo buscaba dentro de mi bota un par de billetes de un dólar para pagar el taxi.

En Herald Square la gente se arremolinaba para entrar en Macy's y provenía de todos los rincones del mundo. Al menos tenían el aspecto de venir de todos los rincones del mundo. Sin embargo eran todos americanos y aunque tuvieran muy distintos colores de piel, todos llevaban el comprar en la sangre y en la mente y en los ojos. La gente parecía muy decidida al entrar en un gran almacén. B, naturalmente, entró haciendo ascos y se encaminó directamente hacia la sección de caballeros.

Empecé a sentirme molesto. No voy con frecuencia a Macy's y quería tomarme mi tiempo para comprar.

Quería comprobar en las etiquetas colgadas de las bolsas de plástico si los precios habían subido mucho desde la última vez. Oigo hablar tantas veces de "inflación" que quería comprobar por mí mismo si era cierto.

Estaba abarrotado de gente, sobre todo para un sábado de verano.

–¿Esta gente no tendría que estar de vacaciones? –pregunté.

–Esta clase de gente no se va nunca de vacaciones –dijo B muy presumido, creo.

Pasamos por la gran promoción de "Charlie", y por la de las famosas corbatas "Maker", y por la sección de caramelos (lo cual me costó un gran esfuerzo de voluntad). Pasé por los Caramelos de Cereza y Frambuesa "Mix-Max", los de regaliz "All-Kinds", los "Jelly Beans", los "Rock Candy", por los pasteles de chocolate, los "TV Munch", los *Petitsfours*, por los bombones "Mon Cherry", "Lollipops" y "Nonpareil", hasta pasé por delante de los bocaditos "Whitman". El aroma de chocolate me estaba volviendo loco, pero no dije ni una palabra. Ni suspiré ni gemí. Sólo pensé en mis granos y en mi vesícula y seguí caminando.

–¿Dónde *está* la sección de caballeros, B? –pregunté por fin. Entrábamos en la de Puros.

–Estos son los almacenes mayores del mundo –dijo B como si yo lo supiera–. Tenemos que caminar de la Sexta a la Séptima Avenida. Pero nos estamos acercando. Allí están las Gafas de Sol para Caballeros.

Las Gafas de Sol para Caballeros conducían a Pañuelos para Caballeros que conducían a Pijamas para Caballeros y entonces –¡sólo entonces!– venía Ropa Interior para Caballeros. Rápidamente encontré la marca que uso normalmente, "Jockey Classic Briefs". Daban tres por cinco dólares, lo cual no me pareció nada inflacionista. Leí la etiqueta colgada de la bolsa de plástico en que venían, sólo para cerciorarme de que no habían cambiado sus famosas "Características de comodidad: Hechura Exclusiva para Sostener y Apoyar las Necesidades de un Hombre; El Arco de las Ingles Diseñadas para su Mayor Confort; Pretina de Apoyo Suave y Ajustada Resistente al Calor; 'V' más Fuerte y Duradera sin Aberturas Molestas entre las Piernas; Goma Suave únicamente en cada Muslo; Algodón 100% Sumamente Absorbente". De momento está bien, pensé. Comprobé las "Instrucciones de lavado". "Lavar en lavadora. Secado Rápido." Todo perfecto, igual que siempre. Odio cuando encuentran un producto que te gusta y que satisface una especial necesidad tuya y lo cambian. Lo "mejoran". Odio cualquier cosa "nueva, mejorada". Creo que deberían fabricar un producto totalmente nuevo y dejar en paz el anterior. Así, habría dos productos para elegir en vez de medio producto antiguo. Al menos los "Jockey Classic Briefs" seguían siendo clásicos, pero antes de comprometerme decidí pedirle a la dependienta que me enseñara qué más había disponible en el mercado de la ropa interior. La dependienta era agradablemente gordita en su pulcro conjunto de falda y blusa azul marino y con un pañuelo rojo y blanco atado al acolchado cuello. Tenía una bonita sonrisa y gafas con brillantes de strass en la montura. Parecía del tipo con el que puedes sentirte cómodo hablando de ropa interior.

–¿Tienen "BVD"? –pregunté.

Se subió un poco las gafas encima de la nariz, justo hasta el entrecejo y dijo:

–No, no tenemos "BVD".

–¿Macy fabrica prendas con su propia marca como Sacks? –se entremetió B. ¿A quién trataba de impresionar? ¿A la dependienta?

–Por supuesto. Aquí mismo tenemos el "Supremacy" de Macy's. –Levantó un paquete para enseñármelo–. Dos por cinco dólares.

–¡Dos por cinco dólares! Estos son tres por cinco dólares –exclamé. Tenía unos "Jockeys" en la mano.

–Bueno, "Supremacy" es superior. Se ajusta mejor. También tenemos los "Kenton" de Macy's. Son tres por cuatro dólares cincuenta.

Me pasó un paquete de "Kenton".

–Esto también es puro algodón –dije.

–Hay diferentes *calidades* de algodón, sabe –dijo ella.

Yo estaba confundido. Miré con mayor atención el paquete de "Supremacy".

–¿Qué es esto: "Paneles interiores suizos"? ¿Lo hace esto mejor?

–Sí –contestó la dependienta– y mejora la calidad del algodón.

–Pero, ¿qué son "paneles interiores suizos"?

–¡Yo qué sé! Hace que se ajusten mejor –dijo ella–. ¿Qué marca usa normalmente? ¿"BVD"?

–"Jockey".

–¡"Jockey"! –Ahora había una nota de triunfo en su voz–. "Supremacy" tiene un corte más largo que "Jockey". Tiene la bragueta más larga. Pero si a usted le gusta el corte de "Jockey", le sugiero que siga usándolo.

–¿Cuántos me llevo? –le murmuré a B. No tenía sentido que le pidiera a la dependienta que me enseñara otras marcas. Ella me decidió cuando se decidió ella–. Necesito unos veintiocho.

–No puedes llevarte veintiocho si hay tres por paquete –me explicó B–. Puedes comprar veintisiete o treinta, pero no veintiocho.

–Pues bien, entonces me llevo quince.

–¿Lo paga o tiene cuenta? –preguntó la dependienta.

–Lo pago –dije.

No me gusta tener cuentas. Uno sólo siente de verdad que compra si paga con dinero. La dependienta se fue a registrar la venta. Otra vendedora que se le parecía mucho se nos acercó y preguntó:

–¿Están juntos?

–¿Estamos juntos? –le pregunté yo a B.

–Sí –dijo B, un poco molesto. La segunda dependienta se alejó–. Mira estos "Jockey Thoroughbred Nylon Briefs"–, B señaló un estante adyacente.

–¿Son mejores?

> "Me las lavo yo mismo, me las pongo yo y me las quito y yo mismo las pongo en la secadora, y luego repaso toda la secadora pasando la mano por todos los agujeros y entrantes en busca de la media perdida y ¡nunca la encuentro! Me subo y bajo las escaleras buscándola, pensando que se ha caído, pero ¡nunca la encuentro! Es como una ley física..."

–Puedes llevarlos como traje de baño –dijo B. La dependienta volvió con mi cambio.

–Aquí tenemos uno –dijo ella– que se puede llevar como traje de baño. Permítame que se lo enseñe.

La seguimos por un pasillo estrecho con pilas de calzoncillos a los dos lados, más de los que yo sabía que pudieran existir. Aquí tiene –dijo ella y le pasó a B un paquete de calzoncillos bikini tipo "Pucci".

–¿Son "Jockey"? –pregunté.

–"Jockey Life".

–¿Los hay en otros colores?

–Los hay en un estampado llamado "Balloons" –dijo ella pasándome un paquete de bikinis "Jockey Life" en azul y verde.

–¿No hay en blanco?

–No, pero aquí tenemos estos otros de "Jockey". "Jockey Skins". Los hay en blanco, pero no son tan pequeños.

Examiné el paquete, tratando de imaginarme con "Jockey Skins" en lugar de con "Jockey Classic Briefs". Pero no pude, de modo que le devolví el paquete y le agradecí su ayuda.

Mientras caminábamos por un extremo de la sección de Ropa Interior para Caballeros, me di cuenta de que B y yo éramos los únicos hombres en toda la sección. Y no estaba vacía. Había mujeres por todas partes. De entrada me pregunté si ahora las mujeres compraban ropa interior para hombres al igual que compran *jeans* y jerseys de hombre, pero entonces comprobé que eran todas mujeres de mediana edad que compraban para sus maridos. Supongo que a eso conduce el matrimonio: la esposa comprando ropa interior para el marido.

B se desvió hacia el pasillo de calzoncillos exóticos –el pasillo en forma de G– y se divertía leyendo las etiquetas.

–Mira ésta –dijo–. Dice "Bragueta horizontal de fácil acceso".

–Qué raro –comenté–. ¿Por qué llevarán un bolsillo en la bragueta?

–Es la bragueta horizontal de fácil acceso –se rió B–. Aquí hay uno que dice "Exclusivo para una rápida necesidad".

–Vamos, vamos, tengo que comprar medias –dije.

La sección de Medias para Caballeros estaba abarrotada de mujeres. Quizás éste sea el problema de América. Los hombres no compran.

–¿Dónde están las "SuperHose"? –le pregunté a B.

–¿Llevas "SuperHose". ¿Tienes artritis?

No tengo artritis, pero quiero estar preparado para cuando llegue. También me gustan las "SuperHose" porque son muy ajustadas y eso deja más espacio libre entre mi pierna y la bota, pues allí llevo el dinero. Encontré el estante de "SuperHose" y leí la etiqueta en una de las cajas: "Nuevo No-Estático Antiestático Puro Nylon". Me preocupó un poco el "nuevo". Le pedí a B que llamara a un dependiente. Encontró a uno en la siguiente esquina, arreglando el estante de medias "Camp", y me lo trajo. El dependiente era muy alto, llevaba el cabello muy corto y un traje cruzado verde oliva de poliéster-dracón (más usado que lavado y zapatos "Hush Puppies". Su colonia olía a "Hai Karate", pero podría haber sido "Jade East". Sonrió tentadoramente.

–¿Por qué dice "Nuevo" en este paquete? –le pregunté.

–Son de dos tonos, señor. La "SuperHose acaba de sacarlos. –Su sonrisa seguía siendo bastante tentadora.

–No –declaré–, quiero de un solo color.

–Muy bien, señor. Los tenemos en cuatro colores: negro, marrón, azul marino y gris.

–¿Podría ver el azul marino, por favor?

–Aquí lo tiene. Parece oscuro pero aquí la luz es distinta a la de afuera.

–Tal vez deba seguir llevándolos negros. ¿Cuántos pares tiene aquí? –Miré por la estantería buscando paquetes de medias negras de tamaño pequeño.

–Señor, aquí tenemos ocho, pero puedo conseguirle todas las que quiera.

–Ocho son suficientes. –No quise que se tomara un descanso para fumar un cigarrillo en el almacén a expensas de mi tiempo–. Y por favor, sáquelas de las cajas porque son difíciles de llevar.

Se le desvaneció la sonrisa tentadora.

–Señor, están en cartones.

–Muy bien. Sáquelas de las cajas. No tiene por qué sacar los cartones.

–Debo decirle, señor, que si por alguna razón quiere devolverlos, no podría sin las cajas.

–No las devolveré.

Nunca devuelvo nada. Eso es peor que no comprar.

El dependiente empezó a sacarlas de las cajas. Cuando estaba en la número siete, le pregunté:

–¿Hay alguna otra marca?

–Tenemos otra marca señor. "Mandate". No son tan buenos, pero *son* menos caros.

–No –dije.

Justo en aquel momento volvió B de comprar un montón de medias de distintos colores oscuros y respetables: azul marino, marrón, verde-selva, gris y negro.

–¿Por qué compras medias de distintos colores, B?

–Así es más fácil separarlas cuando se lavan.

–Pero si los tienes todos de un mismo color, puedes ponerte cualquiera con cualquiera.

Pagamos nuestras medias y atravesamos Macy's. Realmente estaba abarrotado de gente y ruidoso y era mucho menos museo que Bloomingdale's. Sugerí un pequeño almuerzo en algún lugar de los almacenes.

–¿Almorzar en unos almacenes?

B estaba absolutamente horrorizado como si le hubiera sugerido tomarlo en una alcantarilla o algo así. Es un chico realmente malcriado, típico producto de la prosperidad de la postguerra.

–Muy bien, B, almorzaremos en un hotel del centro. –B sonrió, se puso más contento de lo que jamás pudo estar–. Pero primero vamos a Gimbel's. Puede ser que tengan algunas joyas antiguas. Compran objetos heredados.

Afuera realmente me di cuenta de que Nueva York no es París. La calle 34 estaba repleta de asaltantes en potencia, de violadores en potencia, de degenerados en potencia, de asesinos en potencia. A la vista había muy pocas víctimas en potencia.

Antes compraba mis calzoncillos en Woolsworth's y tengo una especie de fidelidad sentimental. Lo primero que notas cuando entras en Woolsworth's es el olor a pollo frito. Tenía tan buen olor que casi compré un poco aunque no me guste el pollo frito. En las tiendas de clase alta venden mediante la "exposición", en las de clase baja lo hacen mediante el "olor". Por supuesto, B se tapaba la nariz y se apresuraba a atravesarlo de una vez.

–¿Por qué tanta prisa, B?

–Este zumbido me está volviendo loco.

–¿Qué zumbido?

Presté atención y había un zumbido, probablemente alguna avería en el sistema de aire acondicionado, pero para mí quedaba totalmente ahogado por el olor a cacahuetes asados.

–¿No estás contento de haber nacido rico, B?

B no pertenece al tipo rebajas, por lo tanto tiene suerte de no haber nacido en una familia tipo rebajas.

Estábamos llegando a la salida de Woolsworth's en la calle 33, donde tienen esas postales tridimensionales de World Trade Center y las tarjetas de felicitaciones en castellano. Salimos y cruzamos la calle y entramos en Gimbel's. Había tanta gente y tanto ruido como en Macy's. B gruñó:

–¿No podríamos ver joyas antiguas en Cartier?

–¡Cartier! –B me estaba poniendo realmente nervioso.

Yo acababa de descubrir la sección "In and Out" que es la versión Gimbel's de una tienda psicodélica. Contemplaba la posibilidad de comprármelo todo: todas las piezas de falso cristal de colores, todos los brazaletes de plata mexicanos, todos los posters Kama Sutra, todos los espejos con calcomanías de margaritas, todas las plumas de pavo real. Probablemente esto será lo que la gente coleccione en los años ochenta. Art-à-Go-Go. El aire psicodélico de plástico de los sesenta. Ya no quedará nada de los años veinte, treinta, cuarenta o cincuenta.

Le pregunté a una dependienta dónde estaba la sección de Joyas Usadas y me dijo que inmediatamente después de Cosméticos. Seguimos caminando.

En el departamento de joyería del primer piso, un letrero decía: "Liquidación de fin de temporada del oro: 20 a 25 por ciento de descuento". Me pregunté cuál sería la temporada del oro. La única dependienta allí ayudaba a un cliente a probarse un anillo. –¿Cómo lo nota? –le preguntó.

–Apretado –dijo el cliente.

Por más que odie interrumpir una venta, lo hice.

–¿Dónde están las joyas usadas?

–En el quinto piso.

–Cuando salgo de un gran almacén –decía B cuando nos dirigíamos al cuarto piso– me siento como si me hubieran dado una paliza. Sólo me gustan las tiendas pequeñas. Las grandes te quitan tus energías.

–Pero se pueden conseguir grandes rebajas.

–Si tienes la paciencia de buscar. Pero piensa en todo el tiempo que te cuesta.

En el quinto piso la sección de joyas usadas estaba al lado de la escalera mecánica. Dos mostradores resplandecían con sus diamantes, sus rubíes, sus esmeraldas, su oro y su plata. En el primer mostrador, todo parecía nuevo. Le pregunté al dependiente si tenía algo de los años cuarenta. Dijo que no.

–¿Tiene un escaparate de joyas antiguas? –insistí.

–Allí tampoco tenemos nada –dijo.

Me acerqué al dependiente del segundo mostrador. Me vio venir, bajó la vista y simuló estar escribiendo en su libro de pedidos.

–Perdóneme –no levantó la vista–, estoy buscando joyas usadas. ¿Tiene alguna? –Seguía sin levantar la vista–. He leído el letrero. Finalmente levantó la vista y dijo:

–No.

–Según el letrero, ustedes tienen una sección de ventas de objetos heredados. –Nunca me había esforzado tanto para comprar algo.

–Lo que tenemos está todo mezclado aquí –dijo él–. No los tenemos todos en una casilla. –Movió los brazos señalando todo el mostrador. Yo miré a través del cristal. Una cigarrera muy simple de oro y tres colores me llamó la atención.

–¿Cuánto cuesta? –pregunté–. ¿Está a la venta?

–No.

–¿Por qué no?

–No está anunciado.

–Pues, ¿qué más hay? Busco algo con una piedra grande. Una piedra muy grande.

–Por allí hay anillos. Quizás encuentre algo que le guste.

Miré.

–Recuerdas –dijo B– lo grande que era la amatista que vimos en París. Qué púrpura. Era siberiana, no sudamericana. Pertenecía a la Familia Imperial. –A medida que hablaba B, las joyas de Gimbel's parecían siempre más pequeñas. Había un broche de oro y diamantes estilo años cuarenta. Me gustó porque me recordó los buenos viejos tiempos.

–¿Podría ver éste?

–¿Este? –dijo el dependiente recogiéndolo como si se tratase de una tarántula hirsuta.

–¿Tiene alguna firma?

–No.

–¿Es un buen diamante?

–¿Un buen diamante? –De repente el ogro se transformó en una dulce mariposa–. Sí, señor. Es una compra excelente. Pertenecía a una familia importante. Aquí la tiene, dos quilates.

–Vámonos, B –susurré–, este tipo es horrendo. Cuando nos encaminábamos hacia la escalera, oí que un cliente le preguntaba al dependiente del otro mostrador:

–¿Quiere decir que no tendrán otro hasta dentro de tres años?

–Así es. Vuelva dentro de tres años.

–Pero ¿el precio será el mismo?

–No sé si el precio será el mismo *mañana*.

Puse un pie en la escalera automática, frustrado de que un dependiente me hubiese impedido comprar.

–¿Cómo es que te gustan tanto las joyas, A? –preguntó B.

–No tanto. Vamos a comprar unas plantillas del Dr. Scholl. Las joyas jamás reemplazarán los productos del Dr. Scholl.

–Prefiero las joyas –dijo B.

–¿Por qué?

–Porque un diamante es para siempre –dijo B.

–¿Y qué?

NOTICIAS BIOGRÁFICAS, SELECCIÓN DE TEXTOS Y FOTOS POR GUILLERMO PIRO. DE *MI FILOSOFÍA DE A A B Y DE B A A*, POR ANDY WARHOL. SE REPRODUCE AQUÍ POR GENTILEZA DE TUSQUETS EDITORES.

ra hombres al igual que compran *jeans* y jerseys de hombre, pero entonces comprobé que eran todas mujeres de mediana edad que compraban para sus maridos. Supongo que a eso conduce el matrimonio: la esposa comprando ropa interior para el marido.

B se desvió hacia el pasillo de calzoncillos exóticos –el pasillo en forma de G– y se divertía leyendo las etiquetas.

–Mira ésta –dijo–. Dice "Bragueta horizontal de fácil acceso".

–Qué raro –comenté–. ¿Por qué llevarán un bolsillo en la bragueta?

–Es la bragueta horizontal de fácil acceso –se rió B–. Aquí hay uno que dice "Exclusivo para una rápida necesidad".

–Vamos, vamos, tengo que comprar medias –dije.

La sección de Medias para Caballeros estaba abarrotada de mujeres. Quizás éste sea el problema de América. Los hombres no compran.

–¿Dónde están las "SuperHose"? –le pregunté a B.

–¿Llevas "SuperHose". ¿Tienes artritis?

No tengo artritis, pero quiero estar preparado para cuando llegue. También me gustan las "SuperHose" porque son muy ajustadas y eso deja más espacio libre entre mi pierna y la bota, pues allí llevo el dinero. Encontré el estante de "SuperHose" y leí la etiqueta en una de las cajas: "Nuevo No-Estático Antiestático Puro Nylon". Me preocupó un poco el "nuevo". Le pedí a B que llamara a un dependiente. Encontró a uno en la siguiente esquina, arreglando el estante de medias "Camp", y me lo trajo. El dependiente era muy alto, llevaba el cabello muy corto y un traje cruzado verde oliva de poliéster-dracón (más usado que lavado y zapatos "Hush Puppies". Su colonia olía a "Hai Karate", pero podría haber sido "Jade East". Sonrió tentadoramente.

pongo yo y me las quito y yo a, y luego repaso toda la todos los agujeros y entrantes ¡nunca la encuentro! scándola, pensando que se ha o! Es como una ley física..."

–¿Por qué dice "Nuevo" en este paquete? –le pregunté.

–Son de dos tonos, señor. La "SuperHose acaba de sacarlos. –Su sonrisa seguía siendo bastante tentadora.

–No –declaré–, quiero de un solo color.

–Muy bien, señor. Los tenemos en cuatro colores: negro, marrón, azul marino y gris.

–¿Podría ver el azul marino, por favor?

–Aquí lo tiene. Parece oscuro pero aquí la luz es distinta a la de afuera.

–Tal vez deba seguir llevándolos negros. ¿Cuántos pares tiene aquí? –Miré por la estantería buscando paquetes de medias negras de tamaño pequeño.

–Señor, aquí tenemos ocho, pero puedo conseguirle todas las que quiera.

–Ocho son suficientes. –No quise que se tomara un descanso para fumar un cigarrillo en el almacén a expensas de mi tiempo–. Y por favor, sáquelas de las cajas porque son difíciles de llevar.

Se le desvaneció la sonrisa tentadora.

–Señor, están en cartones.

–Muy bien. Sáquelas de las cajas. No tiene por qué sacar los cartones.

–Debo decirle, señor, que si por alguna razón quiere devolverlos, no podría sin las cajas.

–No las devolveré.

Nunca devuelvo nada. Eso es peor que no comprar.

El dependiente empezó a sacarlas de las cajas. Cuando estaba en la número siete, le pregunté:

–¿Hay alguna otra marca?

–Tenemos otra marca señor. "Mandate". No son tan buenos, pero *son* menos caros.

–No –dije.

Justo en aquel momento volvió B de comprar un montón de medias de distintos colores oscuros y respetables: azul marino, marrón, verdeselva, gris y negro.

–¿Por qué compras medias de distintos colores, B?

–Así es más fácil separarlas cuando se lavan.

–Pero si los tienes todos de un mismo color, puedes ponerte cualquiera con cualquiera.

Pagamos nuestras medias y atravesamos Macy's. Realmente estaba abarrotado de gente y ruidoso y era mucho menos museo que Bloomingdale's. Sugerí un pequeño almuerzo en algún lugar de los almacenes.

–¿Almorzar en unos almacenes?

B estaba absolutamente horrorizado como si le hubiera sugerido tomarlo en una alcantarilla o algo así. Es un chico realmente malcriado, típico producto de la prosperidad de la postguerra.

–Muy bien, B, almorzaremos en un hotel del centro. –B sonrió, se puso más contento de lo que jamás pudo estar–. Pero primero vamos a Gimbel's. Puede ser que tengan algunas joyas antiguas. Compran objetos heredados.

Afuera realmente me di cuenta de que Nueva York no es París. La calle 34 estaba repleta de asaltantes en potencia, de violadores en potencia, de degenerados en potencia, de asesinos en potencia. A la vista había muy pocas víctimas en potencia.

Antes compraba mis calzoncillos en Woolsworth's y tengo una especie de fidelidad sentimental. Lo primero que notas cuando entras en Woolsworth's es el olor a pollo frito. Tenía tan buen olor que casi compré un poco aunque no me guste el pollo frito. En las tiendas de clase alta venden mediante la "exposición", en las de clase baja lo hacen mediante el "olor". Por supuesto, B se tapaba la nariz y se apresuraba a atravesarlo de una vez.

–¿Por qué tanta prisa, B?

–Este zumbido me está volviendo loco.

–¿Qué zumbido?

Presté atención y había un zumbido, probablemente alguna avería en el sistema de aire acondicionado, pero para mí quedaba totalmente ahogado por el olor a cacahuetes asados.

–¿No estás contento de haber nacido rico, B?

B no pertenece al tipo rebajas, por lo tanto tiene suerte de no haber nacido en una familia tipo rebajas.

Estábamos llegando a la salida de Woolsworth's en la calle 33, donde tienen esas postales tridimensionales de World Trade Center y las tarjetas de felicitaciones en castellano. Salimos y cruzamos la calle y entramos en Gimbel's. Había tanta gente y tanto ruido como en Macy's. B gruñó:

–¿No podríamos ver joyas antiguas en Cartier?

–¡Cartier! –B me estaba poniendo realmente nervioso.

Yo acababa de descubrir la sección "In and Out" que es la versión Gimbel's de una tienda psicodélica. Contemplaba la posibilidad de comprármelo todo: todas las piezas de falso cristal de colores, todos los brazaletes de plata mexicanos, todos los posters Kama Sutra, todos los espejos con calcomanías de margaritas, todas las plumas de pavo real. Probablemente esto será lo que la gente coleccione en los años ochenta. Art-à-Go-Go. El aire psicodélico de plástico de los sesenta. Ya no quedará nada de los años veinte, treinta, cuarenta o cincuenta.

Le pregunté a una dependienta dónde estaba la sección de Joyas Usadas y me dijo que inmediatamente después de Cosméticos. Seguimos caminando.



En el departamento de joyería del primer piso, un letrero decía: "Liquidación de fin de temporada del oro: 20 a 25 por ciento de descuento". Me pregunté cuál sería la temporada del oro. La única dependienta allí ayudaba a un cliente a probarse un anillo. –¿Cómo lo nota? –le preguntó.

–Apretado –dijo el cliente.

Por más que odie interrumpir una venta, lo hice.

–¿Dónde están las joyas usadas?

–En el quinto piso.

–Cuando salgo de un gran almacén –decía B cuando nos dirigíamos al cuarto piso– me siento como si me hubieran dado una paliza. Sólo me gustan las tiendas pequeñas. Las grandes te quitan tus energías.

–Pero se pueden conseguir grandes rebajas.

–Si tienes la paciencia de buscar. Pero piensa en todo el tiempo que te cuesta.

En el quinto piso la sección de joyas usadas estaba al lado de la escalera mecánica. Dos mostradores resplandecían con sus diamantes, sus rubíes, sus esmeraldas, su oro y su plata. En el primer mostrador, todo parecía nuevo. Le pregunté al dependiente si tenía algo de los años cuarenta. Dijo que no.

–¿Tiene un escaparate de joyas antiguas? –insistí.

–Allí tampoco tenemos nada –dijo.

Me acerqué al dependiente del segundo mostrador. Me vio venir, bajó la vista y simuló estar escribiendo en su libro de pedidos.

–Perdóneme –no levantó la vista–, estoy buscando joyas usadas. ¿Tiene alguna? –Seguía sin levantar la vista–. He leído el letrero. Finalmente levantó la vista y dijo:

–No.

–Según el letrero, ustedes tienen una sección de ventas de objetos heredados. –Nunca me había esforzado tanto para comprar algo.

–Lo que tenemos está todo mezclado aquí –dijo él–. No los tenemos todos en una casilla. –Movió los brazos señalando todo el mostrador. Yo miré a través del cristal. Una cigarrera muy simple de oro y tres colores me llamó la atención.

–¿Cuánto cuesta? –pregunté–. ¿Está a la venta?

–No.

–¿Por qué no?

–No está anunciado.

–Pues, ¿qué más hay? Busco algo con una piedra grande. Una piedra muy grande.

–Por allí hay anillos. Quizás encuentre algo que le guste.

Miré.

–Recuerdas –dijo B– lo grande que era la amatista que vimos en París. Qué púrpura. Era siberiana, no sudamericana. Pertenecía a la Familia Imperial. –A medida que hablaba B, las joyas de Gimbel's parecían siempre más pequeñas. Había un broche de oro y diamantes estilo años cuarenta. Me gustó porque me recordó los buenos viejos tiempos.

–¿Podría ver éste?

–¿Éste? –dijo el dependiente recogiéndolo como si se tratase de una tarántula hirsuta.

–¿Tiene alguna firma?

–No.

–¿Es un buen diamante?

–¿Un buen diamante? –De repente el ogro se transformó en una dulce mariposa–. Sí, señor. Es una compra excelente. Pertenecía a una familia importante. Aquí la tiene, dos quilates.

–Vámonos, B –susurré–, este tipo es horrendo. Cuando nos encaminábamos hacia la escalera, oí que un cliente le preguntaba al dependiente del otro mostrador:

–¿Quiere decir que no tendrán otro hasta dentro de tres años?

–Así es. Vuelva dentro de tres años.

–Pero ¿el precio será el mismo?

–No sé si el precio será el mismo *mañana*.

Puse un pie en la escalera automática, frustrado de que un dependiente me hubiese impedido comprar.

–¿Cómo es que te gustan tanto las joyas, A? –preguntó B.

–No tanto. Vamos a comprar unas plantillas del Dr. Scholl. Las joyas jamás reemplazarán los productos del Dr. Scholl.

–Prefiero las joyas –dijo B.

–¿Por qué?

–Porque un diamante es para siempre –dijo B.

–¿Y qué?

NOTICIAS BIOGRÁFICAS, SELECCIÓN DE TEXTOS Y FOTOS POR GUILLERMO PIRO. DE *MI FILOSOFÍA DE A A B Y DE B A A*, POR ANDY WARHOL. SE REPRODUCE AQUÍ POR GENTILEZA DE TUSQUETS EDITORES.

AMIGOS DE LA ASTRONOMIA

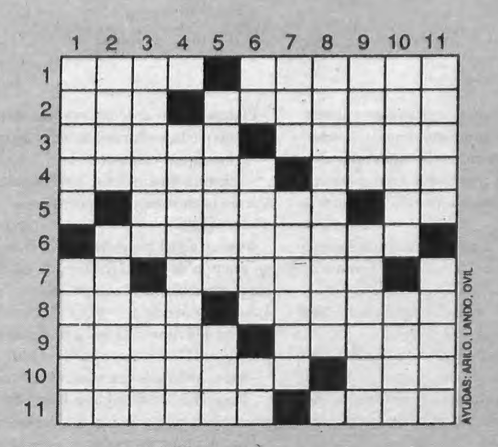
Mucha gente siente pasión por la astronomía. Se reúnen para hablar de astros y cometas, pero en este caso se trata de un grupo muy singular. Todos sus adeptos tienen nombres y apellidos relacionados con la astronomía. Apunte el telescopio y detecte cómo se llaman el padre, la madre, la hija y cuál es el apellido familiar.

1. Jove y Selene son nombres aplicados a la luna (Jovita, relativo a ella). Tal los nombres de las esposas de Calixto y Lucero, no necesariamente en ese orden. Ninguno de ellos se apellida Luna.
2. Los señores Arturo y Ciro llevan nombres de estrellas. Los otros tres son los padres de Alba, de Cielo y de Sol.
3. Vega también es el nombre de una estrella y Magallanes, de una galaxia. Ninguno de estos dos apellidos pertenece a Marciano, Estrella y Cielo, que tampoco son familiares entre sí.
4. Calixto Miranda es el padrino de Sol, la hija de Selene.
5. Aurora Luna es la mejor amiga de Alba, la hija de Venus.
6. Todos dicen que Ciro Vega es un extraterrestre.

		MADRE					HIJA					APELLIDO				
		Estrella	Jovita	Saturnina	Selene	Venus	Alba	Aurora	Celeste	Cielo	Sol	Luna	Magallanes	Miranda	Saturno	Vega
PADRE	Arturo															
	Calixto															
	Ciro															
	Lucero															
	Marciano															
APELLIDO	Luna															
	Magallanes															
	Miranda															
	Saturno															
	Vega															
HIJA	Alba															
	Aurora															
	Celeste															
	Cielo															
	Sol															

PADRE	MADRE	HIJA	APELLIDO

Crucigrama



Horizontales

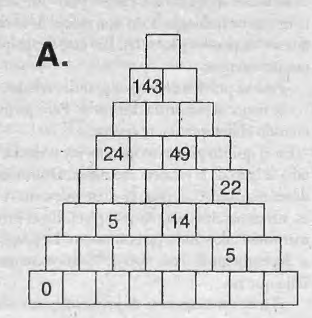
1. Ciudad de Italia./ Desanimáis, desmoralizáis.
2. Divinidad femenina hindú./ De Alemania (fem.).
3. Antiguos reyes de Rusia./ Lienzo que cubre el escenario.
4. Limpiad el trigo con el arel./ Cubre.
5. Provincia de España./ (Mr.) Caballo parlante de la TV.
6. Relativos al trabajo.
7. Símbolo del calcio./ Se atrevían.
8. Casualidad./ Que obtiene placer mediante el sufrimiento ajeno.
9. Baile nocturno./ Arbol cuyo fruto es la nuez.
10. De Arabia./ Periodo de treinta días.
11. Errante (fem.)./ Familiarmente, nariz grande.

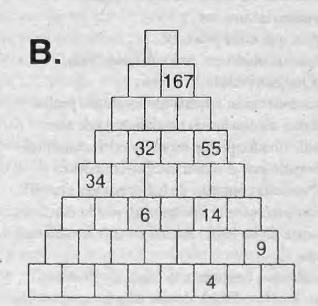
Verticales

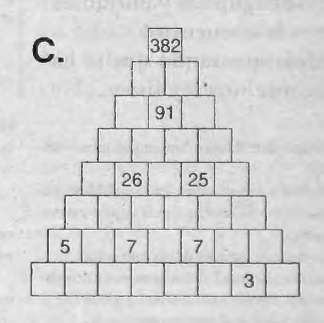
1. Inclinarse un filón metalífero./ Desposan, unen en matrimonio.
2. Querer apasionadamente./ Pobre, andrajoso.
3. Extravagancia./ Hijo de Sem.
4. Preparaba.
5. Abrasamos./ Percibid el sonido.
6. Aluminio./ Cubres con oro./ Símbolo del galio.
7. Segunda letra hebrea./ Planta hortense, de raíz picante.
8. Semejante al metal.
9. Poda./ Cosa difícil de entender.
10. Pobres, indigentes./ Pierdes el equilibrio.
11. Haced que alguien recobre la salud./ Saco donde se llevan pertenencias.

Pirámides Numéricas

Complete las pirámides colocando un número de una o más cifras en cada casilla, de modo tal que cada casilla contenga la suma de los dos números de las casillas inferiores. Como datos se dan, en cada caso, algunos números ya indicados.









Soluciones

Crucigrama

B	A	R	I	■	A	B	A	T	I	S
U	M	A	■	A	L	E	M	A	N	A
Z	A	R	E	S	■	T	E	L	O	N
A	R	E	L	A	D	■	T	A	P	A
R	■	Z	A	M	O	R	A	■	E	D
■	L	A	B	O	R	A	L	E	S	■
C	A	■	O	S	A	B	A	N	■	B
A	Z	A	R	■	S	A	D	I	C	O
S	A	R	A	O	■	N	O	G	A	L
A	R	A	B	I	G	O	■	M	E	S
N	O	M	A	D	A	■	N	A	S	O

Pirámides Numéricas

A. B. C.

Amigos de la astronomía

Arturo, Estrella, Aurora, Luna.
Calixto, Jovita, Cielo, Miranda.
Ciro, Saturnina, Celeste, Vega.
Lucero, Selene, Sol, Magallanes.
Marciano, Venus, Alba, Saturno.

